

ABSTRAKSI

Nama : Chrismanto Tambunan
Nim : D2C 606012
Judul : Konstruksi Perempuan pada Iklan Obat Kuat di Media Cetak

Iklan merupakan bentuk komunikasi persuasif dengan tujuan menarik konsumen membeli produk yang diiklankan. Obat kuat merupakan salah satu contoh produk yang mendominasi iklan di *yellow press* (majalah *Liberty*, *Misteri*, dan *Meteor*). Iklan obat kuat menjadi daya tarik tersendiri dengan menampilkan perempuan dan tidak menonjolkan keperkasaan laki-laki secara visual. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang merujuk pada metode semiotika, dengan teknik analisis leksia dan kode pembacaan. Teori yang digunakan adalah konstruksi sosial atas realitas bertujuan membantu membongkar konstruksi perempuan yang salah menurut pandangan feminis radikal kultural.

Berdasarkan hasil penelitian, perempuan dijadikan obyek kenikmatan dan fantasi seksual terhadap pria-pria yang tidak dapat menikmati seks secara utuh. Perempuan dianggap haus akan seks dan disimbolkan sebagai obyek yang selalu siap untuk melayani hasrat pria. Perempuan sebagai obyek seks yang harus melayani kepuasan seks penis laki-laki (*big cock*). Perempuan dianggap bukan sebagai manusia, dianggap sebagai obyek seks yang dinamakan “boneka berkelamin” yang menjadi fantasi seks laki-laki. Laki-laki memanfaatkan perempuan dari kelas sosial bawah sebagai obyek seks untuk menjadi pekerja seks atau perempuan panggilan (*escort girl*). Stereotip perempuan seperti ini dianggap menjijikan dan dianggap rendah dalam norma dan nilai masyarakat.

Disetujui oleh Pembimbing I
Semarang, Maret 2010

Dr. Sunarto
NIP. 19660727.199203.1.001